

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YAMAHA PD. PANCA MOTOR BANYUASIN

Mohamad Nur Arriyanto*)

ABSTRAK

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Sedangkan populasinya adalah seluruh pelanggan yang berjumlah 176 orang yang diambil untuk penelitian pada bulan Mei sampai dengan Agustus 2015 di Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Dan sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 30 orang konsumen atau pelanggan.

Dari persamaan regresi linier sederhana $Y = a + bX$ sehingga persamaannya adalah $Y' = 27,205 + 0,250X$ yang berarti ada pengaruh positif $a = 27,205$ dan nilai $b = 0,250$ terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan analisis koefisien korelasi $r^2 = 0,099^2$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan sebesar 9,9% sedangkan sisanya 90,1% ($100\% - 9,9\%$).

Dan untuk uji hipotesis nilai thitung = 1,755 lebih besar dibandingkan dengan ttabel = 1,701 para taraf nyata 0,05. Dengan demikian nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($1,755 > 1,701$), maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

A. Latar Belakang

Perkembangan dan peningkatan pelayanan terhadap pelanggan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini, dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi diantara sekian banyaknya orang yang membuka usaha jual beli sepeda motor. Untuk mempertahankan keberadaannya dalam jangka panjang, maka usaha yang bergerak di sektor barang maupun jasa harus berorientasi pada kualitas. Mengapa demikian, karena kualitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk baik barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga, dengan demikian usaha yang bergerak disektor barang menghasilkan produk nyata yang berwujud, sedangkan disektor jasa menghasilkan produk berupa pelayanan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh pemilik usaha adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pemilik usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya peluang usaha yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan para pelanggannya. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Untuk memenangkan persaingan, pemilik usaha harus mampu

*) Dosen Tetap FKIP UPGRi Palembang

memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan menjadi tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda.

Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggannya. Kualitas yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen.

Pelayanan harus dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien dimana kegiatan pelayanan harus tepat sasaran dan hemat waktu, sehingga hasil pelayanan tepat guna dan pelanggan akan mendapatkan kepuasan dari kinerja pelayanan yang telah diterapkan.

Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan

daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar-menawar konsumen semakin besar. Pemilik usaha harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para pelanggan dan pemilik berusaha untuk menghasilkan pelayanan sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap usaha. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Dalam

pengertian sehari-hari pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Ketika pelanggan merasa puas atas pelayanan yang didapatkan, maka besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan mereka juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang usaha tersebut. Pemasaran bukanlah semata-mata membuat penjualan, melainkan tentang bagaimana memuaskan pelanggan secara terus-menerus. Puas atau tidaknya pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dapat dilihat dari manfaat yang dirasakan oleh pelanggan lebih tinggi jika dibandingkan harapannya.

Hal tersebut ditujukan untuk memenuhi keinginan konsumen dan berusaha menciptakan kepuasan pelanggan. Mengingat betapa pentingnya peningkatan kualitas pelayanan bagi pemenuhan kepuasan pelanggan, maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha di PD Panca Motor Banyuasin.

Usaha ini dalam memenuhi aktifitasnya memerlukan manajemen yang baik sehingga memperoleh tujuan sesuai dengan yang diinginkan. Dalam hal ini pengaruh kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting, makin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan pun baik juga.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu : Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha di PD Panca Motor Banyuasin.

C. Landasan Teori

1) Kualitas Pelayanan

Sebenarnya tidak mudah mendefinisikan kualitas pelayanan dengan tepat. Akan tetapi, umumnya kualitas dapat dirinci, sebagai contoh, aspek-aspek yang dijadikan dasar dalam menentukan kualitas buku cerita yang dibeli seorang remaja adalah harga, bahasa yang mudah dimengerti, banyaknya sedikit gambar dalam buku yang bersangkutan, nama pengarang, jenis kertas yang digunakan, jenis cerita dan cover.

Dari contoh di atas baru menggambarkan salah satu aspek kualitas, yaitu aspek hasil. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

a) Definisi Jasa

Menurut Kotler (2010:27) definisi jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan pemindahan kepemilikan.

Menurut Daryanto (2012:136) menyatakan bahwa pelayanan diartikan sebagai suatu kinerja

penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Berdasarkan beberapa definisi diatas maka, jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut :

1. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
3. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
4. Terdapat interaksi antara penyedia jasa atau dengan pengguna.

b) *Karakteristik Jasa*

Menurut Hurriyati (2010:31) mengemukakan karakteristik-karakteristik jasa sebagai berikut :

1. Jasa tidak dapat disimpan dan pada umumnya dikonsumsi pada saat dihasilkan.
2. Jasa bergantung pada waktu, secara umum, pelanggan sering kali cenderung memanfaatkan

jasa secara lebih sering pada waktu tertentu.

3. Jasa bergantung pada tempat.
4. Konsumen selalu terlibat dalam proses produksi jasa, karena konsumen merupakan bagian integral dari proses tersebut.
5. Perubahan pada konsep kemanfaatan berarti perubahan proses produksi yang terlihat maupun tidak.
6. Setiap orang dan apapun yang berhubungan dengan konsumen turut juga mempunyai andil dalam memberikan peranan.
7. Karyawan penghubung (*contact employee*) merupakan bagian dari proses produksi jasa.
8. Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara *real time*, dan konsumen terlibat dalam proses produksinya. Jika terjadi kesalahan pada saat produksi maka sudah terlambat bagi bagian pengendalian kualitas untuk memperbaikinya.

c) *Klasifikasi Jasa*

Klasifikasi jasa menurut Hurriyati (2010:35-36) adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa (*the nature of the service act*), merupakan kelompok jasa yang sifat penyampaiannya dapat berhubungan dengan tubuh atau pikiran dari pihak penerima jasa, serta dapat juga berkaitan dengan benda atau kekayaan dan kepentingan bagi pihak penerima jasa.
2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan (*relationship with customer*), kelompok jasa yang jenis hubungannya dengan pelanggan dalam penyampaiannya jasanya dilakukan secara

- berkesinambungan atas dasar kebijaksanaan yang bersifat sesaat, dengan memperhatikan hubungan secara formal,
3. Berdasarkan tingkat kustomisasi dan keputusan dalam penyampaian jasa (*customization and judgement in service delivery*), kelompok jasa yang ditinjau dari segi tinggi rendahnya keseragaman atau yang lebih terbiasa secara umum dari jasa yang disajikan menurut pandangan pihak penyedia jasa maupun pelanggan, dikaitkan dengan tinggi rendahnya penilaian, tanggapan, pendapat atau pertimbangannya dari pihak pelanggan terhadap jasa yang disediakan.
 4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa (*nature of demand and supply for service*), kelompok jasa yang ditinjau dari tingkat permintaan dikaitkan dengan kapasitas jasa yang disediakan atau kemampuannya untuk melayani permintaan pasar.
 5. Berdasarkan metode penyampaian (*method of service delivery*), kelompok jasa yang ditinjau dari cara interaksi dengan banyaknya tempat yang disediakan oleh pihak penyedia jasa.

d) *Pengertian Kualitas*

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi usaha dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Kualitas dapat didefinisikan sebagai kecocokan atau melebihi kebutuhan konsumen akan penggunaan produk.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau konsumen.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut John Sviokla dalam Lupiyoadi Rambat, A. Hamdani (2006:181), adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

e) *Macam-macam jasa*

Hurriyati (2010:50-51) membagi macam-macam jasa sebagai berikut :

1. Barang berwujud murni, yaitu hanya terdiri dari barang berwujud. Tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut.
2. Barang berwujud yang disertai jasa, yaitu terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan.
3. Campuran, yaitu terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama.
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan, yaitu terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan atau barang pelengkap.
5. Jasa murni, yaitu hanya terdiri dari jasa.

f) *Faktor - faktor yang mempengaruhi kualitas jasa*

Menurut Tjiptono (2008:26) menyatakan bahwa faktor-faktor yang biasanya dijadikan indikator dalam

mengevaluasi jasa pelayanan antara lain :

1. *Tangibles*, bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability*, keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness*, daya tanggap yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance*, jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2) Kepuasan Pelanggan

a) Konsep Kepuasan Pelanggan

Dalam pengertian sehari-hari pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis. Adapun pihak-pihak yang berhubungan dan bernegosiasi dengan perusahaan-perusahaan bisnis sebelum tahap menghasilkan produk dinamakan pemasok.

Menurut Supranto (2006:224) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama

dengan apa yang diharapkannya.

Menurut Tjiptono (2008:24) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Dari berbagai definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan ini yaitu :

1. Ketepatan pelayanan
2. Ramah dan sopan
3. Kecepatan pelayanan
4. Keluhan pelanggan
5. Pengetahuan karyawan

Jadi tingkat ini adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan- harapannya. Dengan kata lain bahwa tingkat kepuasan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Jika kinerjanya sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, bila kinerjanya lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa.

b) Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2008:34-35) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa saluran telepon.

2. Ghost Shopping
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk usaha dan pesaing.
 3. Lost Customer Analysis
Menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
 4. Survei Kepuasan Pelanggan
Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei ini pelaku usaha akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa pelaku usaha menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.
- c) *Strategi Kepuasan Pelanggan*
Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut

pelanggan suatu perusahaan. Suatu hal yang harus diperhatikan di sini adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Menurut Tjiptono (2008:40) ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan :

1. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Yaitu strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus, yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan, sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*). Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pembelian ulang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Pelanggan yang loyal belum tentu mereka puas, sebaliknya pelanggan yang puas cenderung untuk menjadi pelanggan yang loyal.

2. Strategi *superior customer service*

Yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat pelayanan yang superior. Oleh karena itu, sering kali (tetapi tidak harus) perusahaan yang menawarkan *customer service* yang lebih baik akan membebankan harga yang lebih tinggi pada produk-produknya. Akan tetapi biasanya mereka memperoleh manfaat besar dari pelayanan yang lebih baik tersebut, yaitu berupa tingkat pertumbuhan yang cepat dan besarnya laba yang diperoleh.

3. Strategi *unconditional guarantees* atau *extraordinary guarantees*.

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu, juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.

4. Strategi penanganan keluhan yang efisien.

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi "pelanggan abadi"). Proses penanganan keluhan yang efektif

dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh, langkah ini merupakan langkah yang sangat vital, karena menentukan efektifitas langkah-langkah sebelumnya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari laporan penjualan bulan Mei sampai bulan Agustus 2015, data pelanggan berdasarkan jumlah pelanggan yaitu 178 pelanggan.

Tabel 1
Data Pelanggan Tahun 2015

No	Bulan	Pelanggan
1.	Mei	46 orang
2.	Juni	43 orang
3.	Juli	41 orang
4.	Agustus	42 orang
Jumlah		172 orang

Sumber : Data PD. Panca Motor Banyuasin

Adapun populasi dalam penelitian ini dihitung melalui rata-rata jumlah konsumen (pelanggan) setiap bulannya ini adalah :

$$\text{Populasi (N)} = \frac{172}{4} = \mathbf{43 \text{ Pelanggan}}$$

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi

misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Adapun untuk menentukan jumlah sampel yaitu sampel ≥ 30 responden representatif (mewakili). Dengan demikian sampel yang diambil adalah pelanggan yang

menggunakan sepeda motor matic Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Adapun rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah rumus Solvin sebagai berikut :

$$\text{Sampel (n)} = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel
N : jumlah populasi
e : perkiraan tingkat kesalahan

Karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diizinkan, diambil sebesar 10%, maka besarnya sampel adalah :

$$\text{Sampel (n)} = \frac{43}{1 + (44 \times 0,1^2)} = 30,06$$

≈ 30 konsumen

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2012:137) ada beberapa teknik pengumpulan data terdiri dari :

1. Teknik Observasi (pengamatan)
Yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung keadaan yang ada pada suatu organisasi yang diteliti.
2. Kuesioner (angket)
Adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden yang ada di Yamaha PD. Panca Motor

Banyuasin dengan menggunakan kuesioner.

F. Hasil Penelitian

Untuk menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin, maka penulis menganalisis masalah tersebut dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana dan mencari seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan rumus uji t. Sebelum data diolah, data terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Untuk mengolah data penulis menggunakan angket atau kuesioner. Angket tersebut berisikan 10 butir pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan dan 9 butir pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan. Uji coba instrument dan regresi penulis menggunakan responden sebanyak 30 orang responden.

1) Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang responden. Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan angket atau kuesioner yang disebar dan diberikan kepada pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Responden	Persentase
1	Laki-laki	17	57 %
2	Perempuan	13	43 %
Jumlah		30	100 %

Sumber : data diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari laki-laki sebanyak 17 orang atau 57% dan perempuan sebanyak 13 orang atau

43%. Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki dalam penelitian ini sebagai pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Tabel 3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Tanggapan Responden	
		Responden	Persentase
1	15 - 19 Tahun	8	27%
2	20 – 39 Tahun	10	33%
3	40 Tahun	12	40%
Jumlah		30	100%

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa untuk responden yang berusia antara 15-19 tahun sebanyak 8 orang atau 27%, antara 20-39 sebanyak 10 orang atau 33%

dan di usia 40 tahun sebanyak 12 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ber-usia 40 tahun sebagai pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Tabel 4
Jumlah Responden berdasarkan pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	
		Responden	Persentase
1	Sarjana	9	30%
2	Diploma	7	23%
3	SMA atau Sederajat	14	47%
Jumlah		30	100%

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sarjana sebanyak 9 orang atau 30%, Diploma sebanyak 7 orang atau 23%, sedangkan SMA atau sederajat sebanyak 14 orang atau 47%. Data

dias menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA atau sederajat sebagai pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin yaitu yang berpendidikan SMA atau Sederajat.

Tabel 5
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Banyak	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	4	13,3
2	Pegawai swasta	10	33,3
3	PNS	2	6,7
4	Pelajar / Mahasiswa	8	26,7
5	Lain-lain	6	20,0
Jumlah		30	100

Sumber : data diolah

Tabel di atas bahwa 4 orang atau 13,3% bekerja sebagai Wiraswasta, 10 orang atau 33,3% bekerja sebagai pegawai swasta, 2 orang atau 6,7% bekerja sebagai PNS, 8 orang atau 26,7% pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa dan 6 orang atau 20,0% bekerja sebagai lain-lain. Data diatas menunjukkan bahwa responden yang pekerjaannya wiraswasta sebagai pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

2) Analisis Indeks Tanggapan Responden

Analisis indeks tanggapan responden ini dilakukan untuk mengetahui gambaran mengenai responden dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, angket atau kuesioner yang disebarakan atau dibagikan kepada responden dengan menggunakan skala Likert dan menggunakan perhitungan indeks mengenai jawaban responden yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.

Tabel 6
Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	KB	STB	Jumlah
1	Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki	10%	80%	6,7%	3,3%	-	100%
2	Kebersihan dan kerapian	16,7%	76,7%	6,6%	-	-	100%
3	Ketepatan dalam memberikan pelayanan dan tidak melakukan kesalahan.	13,3%	86,7%	-	-	-	100%
4	Tepat waktu	30%	26,7%	43,3%	-	-	100%
5	Responsif terhadap permintaan pelanggan	33,3%	43,4%	23,3%	-	-	100%
6	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan	30%	23,3%	46,7%	-	-	100%
7	Keramahan dan sopan dalam melayani pelanggan	13,3%	86,7%	-	-	-	100%
8	Tingkat kepercayaan terhadap kinerja karyawan	36,7%	50%	13,3%	-	-	100%
9	Memahami dan tanggap akan kebutuhan pelanggan	16,7%	33,3%	50%	-	-	100%
10	Aksesibilitas saat dibutuhkan melalui via telepon	20%	63,3%	16,7%	-	-	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagaian responden sebanyak (80%) menyatakan baik terhadap kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin, sedangkan (6,7%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Sebagian (76,7%) responden menyatakan baik terhadap kebersihan dan kerapian, sedangkan (6,6%) responden untuk pernyataan cukup

baik terhadap kebersihan dan kerapian. Sebagian (86,7%) responden menyatakan baik terhadap ketepatan dalam memberikan pelayanan dan tidak melakukan kesalahan, sedangkan tidak ada responden untuk pernyataan cukup baik terhadap ketepatan dalam memberikan pelayanan dan tidak melakukan kesalahan. Sebageian (26,7%) responden menyatakan baik terhadap tepat waktu, sedangkan (43,3%) responden untuk pernyataan

cukup baik terhadap kebersihan dan kerapian.

Sebagian (43,4%) responden menyatakan baik terhadap responsif terhadap permintaan pelanggan, sedangkan (23,3%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap responsif terhadap permintaan pelanggan. Sebagian (23,3%) responden menyatakan baik terhadap kemampuan karyawan untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan, sedangkan (46,7%) responden untuk pernyataan kemampuan karyawan untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan. Sebagian (86,7%) responden menyatakan baik terhadap keramahan dan sopan dalam melayani pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin, sedangkan tidak ada responden untuk pernyataan cukup baik terhadap keramahan dan sopan

dalam melayani pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Sebagian (50%) responden menyatakan baik terhadap tingkat kepercayaan terhadap kinerja karyawan, sedangkan (13,3%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap tingkat kepercayaan terhadap kinerja karyawan. Sebagian (33,3%) responden menyatakan baik terhadap memahami dan tanggap akan kebutuhan pelanggan, sedangkan (50%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap memahami dan tanggap akan kebutuhan pelanggan. Sebagian (63,3%) responden menyatakan baik terhadap aksesibilitas saat dibutuhkan melalui via telepon, sedangkan (16,7%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap aksesibilitas saat dibutuhkan melalui via telepon.

Tabel 7
Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	KB	STB	Jumlah
1	Ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	6,7%	90%	3,3%	-	-	100%
2	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan	10%	86,7%	3,3%	-	-	100%
3	Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	20%	83,3%	-	-	-	100%
4	Sikap karyawan menghadapi pelanggan	36,7%	33,3%	30%	-	-	100%
5	Kecakapan karyawan dalam menjelaskan masalah pelanggan	20%	80%	-	-	-	100%
6	Kesigapan karyawan dalam melayani pembelian	26,7%	53,3%	20%	-	-	100%
7	Tingkat pelayanan karyawan terhadap pelanggan	26,7%	46,7%	26,7%	-	-	100%
8	Tingkat penanganan keluhan dari pelanggan	26,7%	70%	3,3%	-	-	100%
9	Pengetahuan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan	36,7%	63,3%	-	-	-	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian (90%) responden menyatakan baik terhadap ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan, sedangkan (3,3%) responden untuk

pernyataan cukup baik terhadap ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan. Sebagian (86,7%) responden menyatakan baik terhadap ketepatan karyawan dalam

memberikan informasi kepada pelanggan, sedangkan (3,3%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap ketepatan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Sebagian (83,3%) responden menyatakan baik terhadap sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sedangkan tidak ada responden untuk pernyataan cukup baik terhadap sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sebagian (33,3%) responden menyatakan baik terhadap sikap karyawan menghadapi pelanggan, sedangkan (30%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap sikap karyawan menghadapi pelanggan.

Sebagian (80%) responden menyatakan baik terhadap kecakapan karyawan dalam menjelaskan masalah pelanggan, sedangkan tidak ada responden untuk pernyataan cukup baik kecakapan karyawan dalam menjelaskan masalah pelanggan. Sebagian (53,3%) responden menyatakan baik terhadap kesiapan karyawan, sedangkan (20%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap kesiapan karyawan. Sebagian (46,7%) responden menyatakan baik terhadap tingkat pelayanan karyawan terhadap pelanggan, sedangkan (26,7%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap tingkat pelayanan karyawan terhadap pelanggan. Sebagian (70%) responden menyatakan baik terhadap tingkat penanganan keluhan dari pelanggan, sedangkan (3,3%) responden untuk pernyataan cukup baik terhadap

tingkat penanganan keluhan dari konsumen atau pelanggan. Sebagian (63,3%) responden menyatakan baik terhadap pengetahuan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan, sedangkan tidak ada responden untuk pernyataan cukup baik terhadap pengetahuan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

3) Hasil Analisis Data

a) Hasil Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui data yang digunakan data yang digunakan dalam penelitian, reliabel normal dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 16 for windows.

Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment* atau r_{hitung} dan menggunakan perbandingan dengan nilai r_{tabel} . r_{tabel} dicari dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 dan jumlah data sejumlah 30 sehingga didapat nilai r_{tabel} sejumlah 0,361. Perhitungan korelasi atau r_{hitung} dengan menggunakan antara skor butir dan total skor dari seluruh jumlah butir variabel.

Kuesioner yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan untuk variabel kualitas pelayanan (X) sebanyak 10 butir pertanyaan. Uji validitas variabel kualitas pelayanan (X) dengan menggunakan program SPSS Versi 16,0 for windows dapat dilihat pada tabel 8 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,420	0,361	Valid
2	0,479	0,361	Valid
3	0,522	0,361	Valid
4	0,374	0,361	Valid
5	0,433	0,361	Valid
6	0,369	0,361	Valid
7	0,638	0,361	Valid
8	0,388	0,361	Valid
9	0,592	0,361	Valid
10	0,437	0,361	Valid

Sumber : data diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi atau r_{hitung} antara skor butir dan total skor dari seluruh jumlah butir variabel kualitas pelayanan memperoleh data lebih besar dari nilai kritis atau r_{tabel} . Seluruh butir pertanyaan dapat

disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah valid.

Kuesioner untuk variabel kepuasan pelanggan sebanyak 9 butir pertanyaan. Uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan program SPSS Versi 16,0 for windows dapat dilihat pada tabel 9 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,374	0,361	Valid
2	0,444	0,361	Valid
3	0,553	0,361	Valid
4	0,438	0,361	Valid
5	0,363	0,361	Valid
6	0,391	0,361	Valid
7	0,518	0,361	Valid
8	0,592	0,361	Valid
9	0,548	0,361	Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi atau r_{hitung} antara skor butir dan total skor dari seluruh jumlah butir variabel kepuasan pelanggan memperoleh data lebih besar dari nilai kritis atau r_{tabel} . Seluruh butir pertanyaan dapat

disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*.

Nilai *Cronbach's Alpha* dibandingkan dengan nilai penerimaan reliabilitas butir skor sebesar 0,60.

Berikut tabel yang menyajikan hasil dari uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,612	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,602	Reliabel

Sumber : data diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas baik variabel kualitas pelayanan (X) maupun variabel kepuasan pelanggan (Y) mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari angket atau kuesioner baik variabel kualitas pelayanan (X) maupun variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah reliabel yang berarti seluruh kuesioner yang digunakan peneliti dapat digunakan dalam penelitian ini.

b) Teknik Analisis Data

1. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui adakah

pengaruh antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*) secara bersama-sama. Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Berikut tabel 11 menunjukkan hasil analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 11 menunjukkan hasil perhitungan korelasi dengan variabel *Independen* (X) yaitu kualitas pelayanan dan variabel *dependen* (Y) yaitu kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Tabel 11
Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.315 ^a	.099	.167	2.16273

Sumber : data diolah

a. *Prediction: (Constant)*, Kualitas (X)

b. *Dependent variabel* : kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan *Summary output* dalam tabel 11 diketahui hasil koefisien

korelasi sebesar 0,315 dan nilai *square* sebesar 0,099.

2. Regresi Linier Sederhana

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Tabel berikut ini

menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Tabel 12
Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.205	5.729		4.749	.000
Kualitas	.250	.143	.315	1.755	.090

Sumber : data diolah

Berdasarkan *summary output* pada tabel 12 diketahui bahwa persamaan regresi dengan variabel X kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin yaitu $Y = 27,205 + 0,250X$.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Setelah diperoleh hasil perhitungan regresi linier sederhana dan koefisien determinasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji hipotesis.

Berdasarkan hipotesis yang sudah dikemukakan sebelumnya, bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Dari hipotesis tersebut akan diformulasikan hipotesis (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut :

H_0 = diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

H_a = diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Kriteria Pengujian :

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

Tabel berikut ini menunjukkan pelayanan terhadap kepuasan hasil pengujian hipotesis (uji t) kualitas pelanggan.

Tabel 13
Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.205	5.729		4.749	.000
Kualitas	.250	.143	.315	1.755	.090

Sumber : data diolah

Berdasarkan *summary output* pada tabel 13 diketahui bahwa pengujian hipotesis yang memperlihatkan nilai $t_{hitung} = 1,755$ lebih besar dibandingkan dengan $t_{tabel} = 1,701$ pada taraf nyata 0,05. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,755 > 1,701$) maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

G. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis diketahui, ternyata kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Berdasarkan hasil perhitungan persamaan regresi linier sederhana diperoleh yaitu $Y = a + bX$ sehingga persamaannya adalah $Y' = 27,205 + 0,250X$ dimana nilai $a = 27,205$ dan nilai $b = 0,250$.

Ini berarti pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin dapat diketahui dengan melihat kenaikan nilai X yang diikuti pula dengan kenaikan nilai Y yang berarti jika kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 1, maka nilai rata-rata akan bertambah 0,250 atau setiap nilai kualitas pelayanan bertambah 10 maka nilai rata-rata kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 2,50. Berdasarkan perhitungan menggunakan koefisien korelasi (r) diperoleh nilai sebesar $r = 0,315$ maka karena hasil yang didapat merupakan angka positif, hal ini berarti memang benar ada hubungan positif namun rendah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan untuk mengetahui apakah koefisien korelasi hasil perhitungan tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan r_{tabel} . Bila taraf kesalahan ditetapkan 5% dengan $n = 30$ maka diperoleh $r_{tabel} = 0,361$. karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} baik untuk kesalahan 5% yaitu ($0,315 < 0,361$), sehingga H_a

diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya ada hubungan positif yang rendah yaitu 0,315 antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Dengan demikian data dan koefisien yang diperoleh dalam sampel tersebut mencerminkan keadaan populasi. Dari hasil perhitungan analisis koefisien korelasi diperoleh koefisien determinasi $r^2 = 0,099^2$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan sebesar 9,9% sedangkan sisanya 90,1 (100%-9,9%). Artinya masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Variabel lain yang mempengaruhi yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu : harga, selera pelanggan, keamanan dan waktu penyerahan.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,755$ lebih besar dibandingkan dengan $t_{tabel} = 1,701$ pada taraf nyata 0,05, untuk $dk = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,755 > 1,701$) maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Jadi dapat disimpulkan secara statistik dengan terbukti adanya hubungan positif antara kedua variabel tersebut, hal ini berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

I. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulannya yaitu sebagai berikut :

- a. Setelah hasil analisis diketahui ternyata ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Berdasarkan hasil perhitungan persamaan regresi linier sederhana diperoleh hasil $Y' = 27,205 + 0,250X$ yang berarti ada pengaruh positif sebesar $a = 27,205$ dan nilai $b = 0,250$ terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan.
- b. Dengan menggunakan taraf kesalahan 5% dengan $n = 30$, maka diperoleh $r_{tabel} = 0,361$ karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} artinya H_0 diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya ada hubungan positif yang sangat rendah yaitu 0,099 antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.
- c. Dari hasil koefisien korelasi nilai $t_{hitung} = 1,755$ lebih besar dibandingkan dengan $t_{tabel} = 1,701$ pada taraf kesalahan 0,05, untuk $dk = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,755 > 1,701$) maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Jadi, dapat disimpulkan secara statistik dengan terbukti adanya

hubungan positif antara kedua variabel tersebut, hal ini berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin.

- d. Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

2) Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin. Dengan demikian penulis mengajukan beberapa saran sebagai masukan yaitu :

- a. Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin harus lebih meningkatkan kualitas kepada para konsumen atau pelanggannya, agar para pelanggan merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.
- b. Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin perlu lebih lagi dalam meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga baik dari konsumen ataupun pelanggan dapat tertarik untuk menggunakan jasa yang telah ditawarkan kepada pelanggan.
- c. Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan yang diberikan kepada para pelanggannya,

maka semua karyawan harus bisa melihat keinginan dan kebutuhan para pelanggannya dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Yamaha PD. Panca Motor Banyuasin demi terciptanya kepuasan para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, 2012. *Ringkasan kuliah manajemen produksi*, Bandung : Satu Nusa.
- Hurriyati, Ratih.2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : Alfabeta.
- Kotler, P dan Keller K.L, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono, 2009. *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ke-14, Bandung : Alfabeta.
- _____, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.